



Pelatihan Pembuatan Konten Visual (Video dan Poster) pada KPU Provinsi Sumatera Selatan

Irman Effendy¹, Ahmad Mutatkin Bakti², Maria Ulfa³, Dimas Dwi Anugrah⁴

^{1,3,4} *Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains Teknologi, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia*

² *Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains Teknologi, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia*

Corresponding Author

Nama Penulis: Dimas Dwi Anugrah

E-mail: dimasdwiab7@gmail.com

Abstrak

Di era disrupti digital, media sosial Instagram menjadi instrumen vital bagi KPU Provinsi Sumatera Selatan untuk membangun transparansi dan partisipasi masyarakat. Artikel ini membahas proses pelatihan dan pembuatan konten visual berupa video dan poster selama kegiatan magang sebagai strategi edukasi pemilih. Metode yang digunakan adalah praktik langsung dengan perangkat desain digital dan manajemen konten. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan elemen Desain Komunikasi Visual (DKV) yang konsisten—seperti warna merah marun dan kuning emas identitas KPU—berhasil meningkatkan engagement audiens. Konten visual yang informatif terbukti efektif sebagai media edukasi pemilih, khususnya bagi segmen Milenial dan Gen Z di Sumatera Selatan.

Keywords - konten visual, instagram, KPU Sumatera Selatan, edukasi pemilih

Abstract

In the era of digital disruption, Instagram has become a vital tool for the South Sumatra Provincial Election Commission (KPU) to build transparency and public participation. This article discusses the training process and visual content creation process in the form of videos and posters during an internship as a voter education strategy. The method used was hands-on practice with digital design tools and content management. The results show that the consistent use of Visual Communication Design (DKV) elements—such as the maroon and gold colors of the KPU's identity—successfully increased audience engagement. Informative visual content proved effective as a voter education medium, especially for the Millennial and Gen Z segments in South Sumatra.

Keywords - konten visual, instagram, KPU Sumatera Selatan, edukasi pemilih

PENDAHULUAN

Dalam era disrupsi digital, media sosial telah bertransformasi menjadi sarana komunikasi publik yang paling efektif dalam menyebarkan informasi secara cepat dan luas (Kaplan & Haenlein, 2010). Bagi lembaga penyelenggara pemilu seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Sumatera Selatan, pemanfaatan platform digital—khususnya Instagram—memiliki peran yang sangat krusial. Kehadiran KPU di ranah digital tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan satu arah, melainkan sebagai instrumen vital untuk meningkatkan transparansi dan membangun partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, optimalisasi konten visual berupa video dan poster menjadi strategi kunci dalam melakukan edukasi pemilih yang berkelanjutan, menarik, dan mudah dipahami oleh public

KPU, sebagai Badan Publik, memiliki kewajiban untuk melaksanakan sosialisasi dan pendidikan pemilih, sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Lebih lanjut, pelaksanaan tugas KPU juga tunduk pada Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), yang mewajibkan penyediaan informasi secara mudah diakses, cepat, dan sederhana. Secara internal, KPU RI telah menegaskan bahwa media sosial tidak hanya sebagai sarana publikasi, melainkan sebagai "kepentingan lembaga" dan "keran informasi publik" untuk memberikan informasi yang benar, terutama dalam menyongsong Pemilu dan Pemilihan (KPU RI, 2022). Hal ini menjadikan optimalisasi media sosial—sebagai keran informasi modern—bukanlah sekadar pilihan, melainkan keharusan strategis untuk memenuhi amanat undang-undang tersebut.

Pemilihan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat dinilai sangat strategis karena kemampuannya dalam menciptakan komunikasi interaktif (dua arah) antara lembaga penyelenggara dan khalayak luas. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial harus menjadi prioritas yang ditangani secara serius dan profesional. Unsur utama yang menentukan keberhasilan pengelolaan ini adalah *social engagement*—yaitu segala hal yang menarik dan disukai oleh publik. Menurut Yusran Darmawan, seorang Profesional Digital Strategis, peningkatan jumlah follower (pengikut) secara langsung akan memperluas jangkauan suatu informasi, sehingga pesan dapat tersampaikan kepada masyarakat secara efektif. Apabila penyuguh informasi memiliki engagement yang rendah, maka jumlah pengikut pun akan menurun, dan tujuan penyampaian pesan tidak akan tercapai. Konsekuensinya, konten-konten yang dimuat di media sosial KPU sebagai lembaga formal haruslah bersifat informatif dan edukatif, mencakup sosialisasi regulasi, pendidikan pemilih, dan hal-hal lain yang diharapkan dapat mendorong tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi. Oleh karena itu, semua pemberitaan kepemiluan perlu dikemas dengan konten digital yang memuat narasi berita, foto kegiatan, video, dan *press release* yang terstruktur. Ke depan, penggunaan media sosial sebagai media kampanye utama penyampaian visi dan misi oleh peserta pemilu merupakan suatu keniscayaan, sehingga akses khalayak terhadap informasi menjadi mudah dan tidak terbatas ruang maupun waktu (KPU RI, 2022).

Media sosial juga menjadi sarana komunikasi yang sangat efektif karena sifatnya yang interaktif, memungkinkan pengguna untuk terhubung, berbagi konten, serta berinteraksi secara virtual. Dengan memfasilitasi interaksi sosial dan pertukaran informasi, media sosial saat ini telah berevolusi menjadi strategi komunikasi politik yang penting, karena dapat memengaruhi perilaku individu dan menjadi fenomena yang dominan (Kasirye, 2021 dalam).

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan di Kantor KPU Provinsi Sumatera Selatan, tepatnya pada Divisi SDM dan Partisipasi Masyarakat (Parmas), selama periode 9 September hingga 9 Desember 2025. Metode pelaksanaan kegiatan produksi konten visual meliputi tahapan berikut:

1. Pengolahan Data Mentah: Data statistik kepemiluan (misalnya data kursi DPRD atau partisipasi pemilih) yang bersumber dari Microsoft Excel diolah terlebih dahulu untuk memastikan validitasnya.

2. Perancangan Desain (Prototyping):
 - o Data divisualisasikan menjadi grafik (diagram batang/lingkaran) agar mudah dipahami.
 - o Proses desain dilakukan menggunakan Canva dengan menerapkan prinsip *Clarity* (kejelasan) dan *Correctness* (kebenaran).
 - o Penerapan elemen visual sesuai *brand guideline* KPU (warna marun, logo resmi, ikon media sosial).
3. Evaluasi dan Quality Control: Setiap desain yang dibuat diperiksa oleh pembimbing lapangan untuk memastikan tidak ada kesalahan informasi atau misleading visual sebelum dipublikasikan.
4. Publikasi dan Monitoring: Konten diunggah ke Instagram @kpuprovinssisumsel dan kinerjanya dipantau melalui metrik *likes* dan komentar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi pelatihan dan pembuatan konten visual ini menghasilkan peningkatan kualitas materi edukasi pemilih yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan data kinerja dari 39 konten yang dipublikasikan selama periode kegiatan.

Tabel 1.
Daftar Konten Yang Dirangkum

No.	Tanggal Posting	Judul	Jumlah Likes (Suka)	Jumlah (Komentar)
1.	9-9-2025	Selamat hari olahraga nasional	53	5
2.	11-9-2025	Harus Tahu Kalau! Penyelenggara Pemilu di Indonesia terdiri dari Tiga Lembaga utama, yakni KPU, Bawaslu dan DKPP	83	11
3.	11-9-2025	Indeks kepuasan masyarakat (IKM) pelayanan publik terpadu KPU Provinsi Sumatera Selatan periode januari-juni 2025	56	8
4.	15-9-2025	Persentase jumlah korsi anggota DPRD kabupaten/kota se-sumatera selatan pada pemilu tahun 2024	62	10
5.	18-9-2025	Rincian jumlah keterwakilan perempuan anggota DPRD kabupaten/kota terpilih pada pemilu tahun 2024	78	10
6.	25-9-2025	Kamu harus tahu tentang 11 prinsip dalam penyelenggaraan pemilu di indonesia bedasarkan amanat undang-undang nomor 7 tahun 2017	88	12
7.	29-9-2025	berikut infografis tingkat Partisipasi Masyarakat pada: Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati serta Walikota dan Wakil Walikota, Gubernur dan Wakil Gubernur pada Pilkada Sumsel tahun 2024	54	8
8.	30-9-2025	KPU Provinsi Sumatera Selatan siap menyukseskan Purna XVII KORPRI Sumatera Selatan	253	9
9.	1-10-2025	Ucapan hari kesaktian pancasila	61	5

10.	2-10-2025	video berupa KPU Provinsi Sumatera Selatan siap menyukseskan Pornas XVII KORPRI Sumatera Selatan Tahun 2025	134	9
11.	2-10-2025	Video berupa hari kesaktian pancasila	79	6
12.	5-10-2025	Poster berupa team futsal KPU Sumsel	283	18
13.	5-10-2025	Poster ucapan selamat ulang tahun sekretaris jendral kpu ri	165	8
14.	7-10-2025	Selamat bertanding kepada Kontingen Cabor Catur Sekretariat Jenderal KPU perwakilan dari KPU Kota Baubau Provinsi Sulawesi Tenggara, Ikmin Aprianto dalam Pekan Olahraga Nasional (Pornas) KORPRI XVII Tahun 2025	165	29

Sumber: didapat dari instagram @kpuprovinsisumsel

Analisis Kinerja Konten Berdasarkan data kinerja publik

Tabel 2.

Tabel Statistik Deskriptif

Metrik	Nilai	Keterangan
Total Konten (N)	39 Konten	Unit analisis yang diteliti
Total Likes	4.887 Likes	Jumlah keseluruhan likes
Total Komentar	437 Komentar	Jumlah keseluruhan komentar
Rata-rata Likes	125,05 Likes	Perhitungan berdasarkan total Likes ÷ jumlah konten
Rata-rata Komentar	11,20 Komentar	Perhitungan berdasarkan total Komentar ÷ jumlah konten
Kinerja Tertinggi	316 Likes	Konten bertema dukungan olahraga
Kinerja Terendah	38 Likes	Konten bertema Hari Anak Sedunia

tercatat total 4.887 likes dan 437 komentar dari 39 konten. Rata-rata interaksi per konten dapat dihitung sebagai berikut:

$$\bar{x}_{likes} = \frac{4.887}{39} = 125,05$$

$$\bar{x}_{komentar} = \frac{437}{39} = 11,20$$

Gambar 1.
Hasil Perhitungan

Angka rata-rata *likes* sebesar 125,05 menunjukkan bahwa konten visual yang diproduksi memiliki daya tarik yang cukup baik bagi audiens.

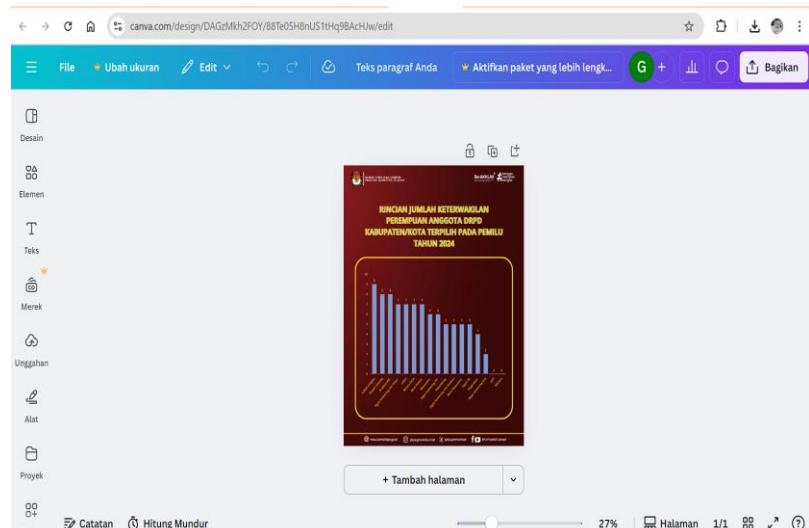
Implementasi Visualisasi Data Salah satu keberhasilan utama adalah transformasi data numerik menjadi infografis yang menarik. Contoh implementasinya adalah:

- **Grafik Keterwakilan Perempuan:** Data jumlah kursi anggota DPRD perempuan divisualisasikan menggunakan diagram lingkaran dan batang. Hal ini memudahkan publik memahami proporsi keterwakilan tanpa harus membaca tabel data yang rumit.

Gambar 2.
Data Yang mau dijadikan Desain Grafis

Proses pembuatan desain dilakukan menggunakan platform Canva. Pada tahap ini, peneliti memasukkan data yang telah diolah sebelumnya menjadi bentuk grafik, kemudian menyesuaikan tata letak, warna, serta tipografi agar sesuai dengan pedoman identitas visual KPU Provinsi Sumatera Selatan. Peneliti juga melakukan penyusunan ulang elemen visual, seperti penempatan judul, sumber informasi, dan ikon media sosial, untuk memastikan desain mudah dipahami dan memiliki struktur informasi yang jelas.

Pemilihan warna marun sebagai latar belakang bertujuan untuk mempertahankan konsistensi visual lembaga, sementara warna batang grafik dipilih berdasarkan tingkat keterbacaan dan kontras agar informasi utama tidak terabaikan. Setiap elemen diperiksa kembali berdasarkan masukan pembimbing lapangan sebelum desain dinyatakan siap untuk dipublikasikan di media sosial resmi KPU



Gambar 3.
proses pembuatan desain grafis

Visualisasi data menggunakan diagram batang vertikal untuk mempermudah audiens dalam melakukan perbandingan jumlah kursi perempuan di setiap wilayah. Penyajian dalam bentuk grafik memastikan informasi dapat dipahami dengan cepat, karena mampu menunjukkan perbedaan kontribusi antar kabupaten/kota secara jelas.

Desain ini tetap mengikuti pedoman brand identity KPU, yaitu penggunaan warna marun sebagai latar dan elemen garis kuning emas sebagai aksen utama yang memberikan kesan

formal dan konsisten dengan karakter lembaga pemerintah. Tipografi judul dibuat menonjol, berada pada posisi atas desain sehingga pesan utama langsung tersampaikan saat pertama kali dilihat audiens.



Gambar 4.
bukti postingan desain grafis

- Poster PDPB (Pemutakhiran Data Pemilih Berkelanjutan): Informasi teknis mengenai syarat dan tujuan PDPB dikemas dalam poster infografis yang menggunakan ikonografi untuk memecah teks padat, sehingga pesan edukasi lebih mudah diterima



Gambar 5.
bukti upload poster Instagram

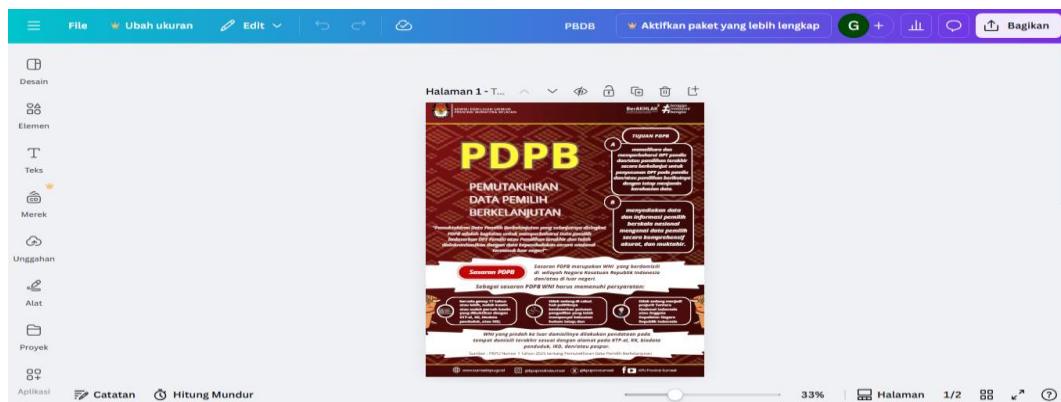
Desain infografik ini berisi informasi mengenai Pemutakhiran Data Pemilih Berkelanjutan (PDPP) yang merupakan kegiatan untuk memperbarui data pemilih berdasarkan DPT Pemilih terakhir dan data kependudukan terbaru. Konten ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya pemutakhiran data agar hak pilih tetap terjamin pada pemilu berikutnya. Elemen informasi yang disajikan terdiri dari:

1. Pengertian PDPP
2. Tujuan PDPP
3. Sasaran PDPP

4. Persyaratan bagi WNI yang perlu melakukan pemutakhiran data

Konten ini disusun dalam bentuk visual informatif dengan penggunaan warna merah marun serta garis dan ornamen bernuansa emas agar sesuai dengan brand identity KPU Provinsi Sumatera Selatan. Selain itu, ditambahkan ikon pendukung agar pesan lebih mudah dipahami oleh audiens.

Infografik ini kemudian diunggah di akun Instagram resmi @kpuprovinsisumsel sebagai bagian dari program sosialisasi dan pelayanan informasi kepada masyarakat.



Gambar 6.
bukti proses pembuatan desain

Selain mempublikasikan hasil desain yang telah diunggah di akun Instagram resmi KPU Provinsi Sumatera Selatan, penulis juga melampirkan bukti proses pembuatan konten visual secara langsung melalui platform Canva. Pada bukti ini ditampilkan tampilan lembar kerja (workspace) yang menunjukkan:

1. Proyek desain aktif bertema “PDPP – Pemutakhiran Data Pemilih Berkelanjutan”
2. Elemen desain yang digunakan seperti ikon, teks, background, serta komponen layout
3. Penempatan logo resmi KPU dan branding sesuai standar yang ditetapkan
4. Proses editing yang dilakukan penulis selama penyusunan konten

Bukti ini menunjukkan bahwa penulis terlibat langsung dalam pembuatan desain grafis, mulai dari pengolahan informasi hingga penerapan visual sesuai dengan identitas desain lembaga.



Gambar 7.
Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi ini juga memperkuat bahwa tugas magang tidak hanya berfokus pada pengumpulan data, tetapi juga penerapan keterampilan desain grafis untuk mendukung publikasi informasi lembaga melalui media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh proses penerapan, analisis data kuantitatif dan kualitatif, serta pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Optimalisasi Konten Visual (Video dan Poster) dan Manajemen Konten Instagram di KPU Provinsi Sumatera Selatan terbukti efektif dan berhasil secara signifikan meningkatkan capaian publikasi informasi dan kualitas edukasi pemilih. Kesimpulan ini didukung dan diperkuat oleh tiga temuan utama yang saling terkait dan memberikan validitas pada model Observasi Lapangan.

Rangkaian kegiatan ini menunjukkan bahwa efektivitas visual melalui optimalisasi konten video dan poster terbukti mampu meningkatkan interaksi publik secara signifikan sekaligus menyederhanakan penyampaian informasi kepemiluan yang kompleks. Hal tersebut didukung oleh penguatan identitas lembaga melalui penggunaan elemen visual yang konsisten, seperti warna dan tipografi, yang berhasil membangun citra KPU Provinsi Sumatera Selatan sebagai instansi yang profesional dan kredibel di media sosial. Selain aspek estetika, aspek manajemen konten juga memegang peranan krusial, di mana proses produksi yang terstruktur—mulai dari pengolahan data menggunakan Excel hingga tahap desain di Canva—menjadi jaminan atas akurasi serta ketepatan waktu publikasi informasi kepada masyarakat. Sebagai langkah tindak lanjut untuk menjaga keberlanjutan kualitas tersebut, disarankan agar KPU Provinsi Sumatera Selatan menyusun sebuah pedoman desain visual atau buku panduan baku yang dapat dijadikan acuan tetap dalam setiap produksi konten di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya Dimas Dwi Angraah mahasiswa magang dari Bina Darma. Saya ingin mengucapkan terima kasih banyak atas bimbingan dan kesempatan belajar yang diberikan selama saya magang di KPU Provinsi Sumsel. Mohon maaf jika selama membantu ada kesalahan dari saya. Semoga Bapak/Ibu sehat selalu dan KPU Sumsel semakin sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Alshorman, Q. H. A., Abdul Hamid, M. N., & Alwi, A. (2023). The effect of graphic design elements on social media engagement from perspective of design faculties students in Jordanian universities. *YMER*, 0044–0477.
- Ardila, L. S., & Astuti, V. F. (2025). Efektivitas konten media sosial Instagram @kabupaten.bogor sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1141–1151.
- Awaludin, M. I., & Wardhana, S. S. M. (2024). Pengaruh elemen visual pada konten feeds Instagram @p3smandiri dalam meningkatkan brand awareness. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual*, 9(2), 1–16.
- Cuhandi, C., et al. (2020). Pengaruh desain komunikasi visual dalam meningkatkan keberhasilan pemasaran produk di era digital. *Humanus*, 19(1), 1–13.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kusumasondaja, S. (2021). Building social media engagement on Instagram by using visual aesthetics and message orientation strategy: A content analysis on Instagram content of Indonesia tourism destinations. *Journal of International Conference Proceedings*, 4(3), 129–138.
- Li, S., & Jongbin, P. (2024). The impact of social media on visual communication design. *Journal of New Media and Economics*, 1(2), 138–152.
- Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2025). Analisis isi konten media sosial Instagram pemerintah Indonesia di tingkat kementerian dan lembaga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*.

- Olivia, N., & Rusdi, F. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial @Kemendagri terhadap pemenuhan kebutuhan informasi publik (Survei pada pengikut akun Instagram @Kemendagri). *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara*.
- Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak penggunaan media sosial terhadap interaksi sosial masyarakat: Studi literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810–815.
- Rosalia, J., & Amaliatulwalidain, A. (2023). Komunikasi politik melalui Instagram @kpuprovinsisumsel untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula di Kota Palembang. *Skripsi Diploma, Universitas Indo Global Mandiri*.
- Sapawi, M. K. R., et al. (2024). The influence of graphic design in digital marketing industry: \An experimental study. *Proceeding of the International Conference on Mathematical Sciences, Natural Sciences, and Computing (ICMSNSC)*.